

E-BOOK

Rendez votre site web accessible dans toutes les langues en toute confiance !

Techniques et outils pour réaliser vite et bien des sites multilingues



Chiffres-clé

1,88 milliards

sites web recensés
dans le monde en 2021.

(Internet Live Stats)

800 000

nouveaux **sites web** sont
créés chaque jour.

75%

des consommateurs
préfèrent acheter des
produits/services dans leur
langue maternelle.

(Common Sense Advisory)

40%

des **sites web** utilisent le
WordPress.

(W3Techs)

Comprendre les enjeux de la traduction multilingue de sites

Cela fait déjà quelques années que l'on voit la production de contenus web **gagner en volume rapidement**. Toujours plus créatifs et variés ainsi que sous **plusieurs formats** : *sites web plus sophistiqués et approfondis, blogs, utilisation des réseaux sociaux, audiovisuel, etc.* Autant de pratiques qui créent avec elle des défis pour la **gestion des traductions de vos contenus**.

Parce que oui, si vous êtes ici, c'est que vous faites probablement partie de celles et ceux qui ont finalement choisi de miser sur la traduction pour vous **rapprocher de vos audiences et de vos clients à l'international**. Plus encore, vous avez peut-être déjà un **site bilingue anglais**, mais vous souhaitez franchir l'étape du **multilingue**.

Pour gagner en **présence** et en **pertinence** sur vos marchés cibles, il importe désormais de s'adapter aux langues **locales** de ces marchés cibles. Dépasser l'anglais est devenu une nécessité lorsque l'on sait que **75% des consommateurs** (Common Sense Advisory) privilégient d'acheter à partir d'un site qui contient des informations dans leur langue. Mais il y a de nombreux écueils à éviter, car la traduction de site web multilingue n'est pas aussi simple qu'on le pense et les étapes de mise en œuvre sont critiques !

Alors justement, dans cet e-book, vous trouverez toutes nos **recommandations** pour mener à bien la traduction multilingue de votre site.

Sommaire

01.

Les techniques de traduction d'un site web

02.

Hiérarchiser ses contenus en fonction de ses priorités

03.

Construire sa stratégie de traduction

04.

Faire collaborer développeurs web et agence de traduction

Les techniques de traduction d'un site web

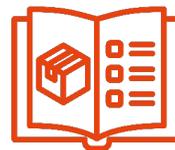
Au nombre de 5, ces techniques abordent au cas par cas ce qui est fait lors de tout projet de traduction.



Le site web de quelques pages



Le site internet développé avec un CMS



CMS + intégration catalogue produit multilingue



Le site e-commerce



La traduction SEO

01

Le site web de quelques pages

Pour traduire un site de quelques pages, il ne faut pas chercher une méthode compliquée ou trop automatisée. Une fois que vous avez écrit ou même déjà publié votre site dans la langue source, vous pouvez **dupliquer** les pages dans la langue cible, puis remplacer les textes sources par les traductions. La plupart du temps, il vous sera même plus simple de travailler dans un **éditeur de texte** avant de les réintégrer.

Si vous ne maîtrisez pas la langue cible, vous pouvez faire appel à un ou des **traducteurs natifs** ou à une **agence de traduction** en leur fournissant les fichiers sous **format texte**, avant de les réintégrer en vous assurant que les pages sont correctement liées entre elles.

Le site internet développé avec un CMS

La majorité des sites sont développés en se reposant sur des **CMS** (Content Management Systems) qui permettent d'**organiser les contenus** en 'blocs' et d'améliorer la présentation tout en gérant aussi le **SEO**, et les publications complémentaires. Le CMS le plus connu est bien entendu **WordPress**. Mais d'autres CMS progressent régulièrement.

WordPress n'est pas conçu au départ pour gérer les langues. Il n'intègre pas directement la gestion de la duplication des pages multilingues et de la traduction des textes. Il faut donc sélectionner une extension qui permettra cette gestion des contenus multilingues, et l'organisation de la traduction. Cette sélection doit être faite avec soin, car elle vous permettra d'économiser beaucoup de temps, ou d'en perdre beaucoup.

Les extensions les plus connues pour **WordPress** sont Polylang et **WPML**.



The WordPress Multilingual Plugin



02



Notre recommandation est d'utiliser WPML (WordPress Multi Language) qui a de nombreux avantages :



Il permet de créer facilement les **gabarits** de pages à traduire, les sélecteurs de langue et de gérer les mises en traduction et la traduction des métadonnées.



Surtout, il permet d'utiliser très **facilement** les outils de traduction professionnels et de **collaborer** avec les agences de traduction.

En l'utilisant, on intègre dans l'organisation de la traduction les **meilleures pratiques**, qui vous permettent de **capitaliser** toutes les traductions déjà réalisées. Ainsi, vous optimiserez les traductions dans tout votre site web, et surtout vous faciliterez les **mises à jour**.

Attention : même si WPML offre beaucoup de ressources en ligne, il est recommandé de confier le paramétrage initial à des personnes expérimentées afin de n'ignorer aucun texte ou chaîne à traduire (par exemple les métadonnées et les boutons) et s'assurer les paramètres sont compatibles avec tous les navigateurs (Chrome, Safari, Firefox, Edge). La version de WordPress que vous utilisez doit aussi être prise en compte.

03

CMS + intégration catalogue produit multilingue

De plus en plus, les sites web B2B intègrent des **catalogues produits** complets, sans nécessairement intégrer une partie e-commerce. La traduction juste de ces catalogues produits est primordiale. La partie catalogue de ces sites web est gérée par des **PIMS** (Product Information Management Systems) adaptés.

Pour traduire ces catalogues produits, il s'agit alors de gérer la traduction à partir des PIMS en les connectant aux outils de gestion de traduction, ou en exportant/important les fichiers structurés de produits à traduire. La configuration précise et l'exploitation des outils de traduction assurent que les traductions soient **homogènes** et **cohérentes**, car bien souvent les **dénominations** de produits se ressemblent. Il s'agit aussi d'éviter les erreurs numériques en utilisant des outils adaptés de contrôle qualité.

Le site e-commerce

La plupart des sites e-commerce reposent sur des **outils nativement multilingues** comme Prestashop ou Shopify.

Dans ce cas, l'enjeu est de traduire séparément les contenus rédactionnels, mais aussi les fiches produits. Il s'agit aussi d'adapter les interfaces pré-traduites de ces outils multilingues.

Shopify, par exemple, avec Shopify Markets, propose des solutions de **localisation** des e-shops clé en main. Les interfaces sont localisées automatiquement et à la demande (mesures, monnaies, canaux de conversion). Cependant, les **contenus propres à votre marque**, vos **produits** et votre **e-shop** doivent être traduits et adaptés. Pour ces éléments, la solution la plus simple est de les exporter au format CSV, puis de les réimporter une fois traduits.

Comme pour la traduction des catalogues multilingues, la traduction des fiches produits d'un e-shop bénéficiera fortement de la mise en œuvre des **outils métier de traduction** si vous confiez ces traductions à une **agence spécialisée**. Ces outils permettent la réutilisation systématique des traductions validées et vous font gagner sur tous les plans : **coût, rapidité, cohérence**.



05

Aller plus loin pour maximiser le trafic sur tous les marchés visés : La traduction SEO

La traduction d'un site web ne consiste pas seulement à convertir le texte dans une autre langue ; il faut également veiller à ce que le contenu du site soit optimisé pour les moteurs de recherche dans chaque langue cible. C'est là que la **traduction SEO** ou le **SEO multilingue** entre en jeu.

Le **référencement multilingue** exige une connaissance approfondie de la langue et des nuances culturelles du public cible. Il ne s'agit pas seulement de traduire les mots-clés, mais aussi de les adapter au marché local, d'analyser la concurrence et d'optimiser la structure et le contenu du site web pour qu'il soit mieux classé dans les pages de résultats des moteurs de recherche (SERP).

L'**optimisation du référencement** pour la traduction de sites web est essentielle car elle vous permet d'atteindre vos publics cibles dans différents pays, d'accroître votre visibilité en ligne et de générer du trafic vers votre site web. En optimisant votre site web pour les moteurs de recherche dans les langues cibles et pour les marchés où vous êtes présents, vous augmentez considérablement les opportunités commerciales – les leads – et les ventes sur ces marchés. Cela est particulièrement important dans les pays où Google n'est pas le moteur de recherche dominant, car les moteurs de recherche ont des algorithmes et des facteurs de classement différents.

En outre, et ce n'est pas négligeable, la traduction d'un site web sans optimisation SEO peut entraîner une mauvaise expérience utilisateur, car le contenu traduit peut ne pas répondre à l'intention de recherche locale, ce qui se traduit par des taux de conversion plus faibles. Grâce à la traduction SEO ou au SEO multilingue, vous vous assurez que votre site web est non seulement traduit, mais aussi correctement référencé, offrant ainsi une **expérience utilisateur optimale** à toutes vos audiences.

Concrètement, les services de traduction SEO peuvent être plus ou moins approfondis. En première instance, il s'agit de la traduction des mots clés sélectionnés pour la langue source (la principale du site), avec une sélection des mots clés traduits en fonction des volumes de recherche. Dans une approche plus complète, il s'agira de sélectionner des mots clés supplémentaires et spécifiques au marchés ciblés.

**Hiérarchiser ses contenus en
fonction de ses priorités**

Traduction automatique (TA) Traduction humaine ? Approche hybride ?

Le moyen le plus rapide pour traduire votre site web, c'est d'utiliser la **TA**. De nombreuses solutions sont disponibles et vous incitent à le réaliser en quelques minutes. Mais voilà, autant cela a l'air simple, autant cela peut être **improductif**.

Si vous avez quelques pages, et que vous maîtrisez parfaitement la langue cible, vous pouvez utiliser les **moteurs de traduction gratuits** (comme Google Translate, ou DeepL, Reverso, ...), réaliser des copier-collers, adapter et corriger vous-même les traductions et disposer ainsi des pages traduites.

En revanche, si vous en avez plusieurs dizaines, en plusieurs langues que vous ne connaissez pas, cela peut vite entraîner de longues heures de travail supplémentaires. Avec en plus, des **erreurs** et surtout de **mauvaises traductions** qui nuisent à votre image auprès des cibles que, justement, vous cherchiez à convaincre.

Malgré la tentation des solutions automatiques, nous avons la conviction qu'il faut **allier les bons outils** de gestion de sites multilingues, la traduction humaine et la TA dans une approche **hybride** et **hiérarchisée**, plus particulièrement en fonction du niveau d'importance des contenus de votre site.

Hiérarchisez le contenu de votre site en 3 catégories et appliquez un niveau de traduction adapté à chacune :

01 Contenu principal à fort enjeu : stratégique et émotionnel

Contenu publicitaire, discours marketing, homepages, contrats, documents juridiques

Le contenu **principal** : incontournable, ce sont toutes les pages à **fort taux de conversion**, celles qui ont le plus de **trafic** comme la *homepage*, une *landing page* à fort enjeu commercial, les *interfaces utilisateurs*, les *présentations commerciales* et *marketing* ou encore les *documents réglementaires*.

La **solution** : Ces pages doivent absolument faire l'objet d'une **traduction précise**. Nous recommandons qu'elles soient systématiquement réalisées par des traducteurs natifs professionnels, avec une révision réalisée elle aussi par des linguistes.

02 Contenu secondaire à enjeu business

Blogs, aides en ligne, interface utilisateurs, certaines landing pages...

Le contenu **secondaire** : toutes les pages pour lesquelles l'enjeu de trafic et de performance web est plus réduit. Les traductions doivent être correctes, mais peuvent avoir des incohérences stylistiques (comme lorsque l'on traduit littéralement des expressions idiomatiques du français vers l'anglais).

La **solution** : Ces textes peuvent être **traduits** en utilisant la traduction automatique comme base, avec une **révision (post-édition)** rapide, mais qualifiée, par un traducteur expérimenté et natif.

03 Contenu à fort volume et faible valeur ajoutée

Pages web de longue-trainée, fiches produits, bases de connaissances...

Le contenu "**volume**": sans enjeu immédiat, mais primordial pour le référencement Google. Souvent il s'agit des textes présents pour répondre aux **recherches de longue traîne**.

La **solution** : Ceci peut être confié à la traduction automatique. L'intervention humaine sera cependant nécessaire pour la sélection, la mise en œuvre et aux réglages des **moteurs de traduction** en utilisant vos terminologies, vos glossaires et vos mémoires de traduction si vous en avez. Ainsi, ces pages traduites conserveront une lisibilité satisfaisante pour les personnes qui les consultent.

**Construire la traduction
dans la durée**

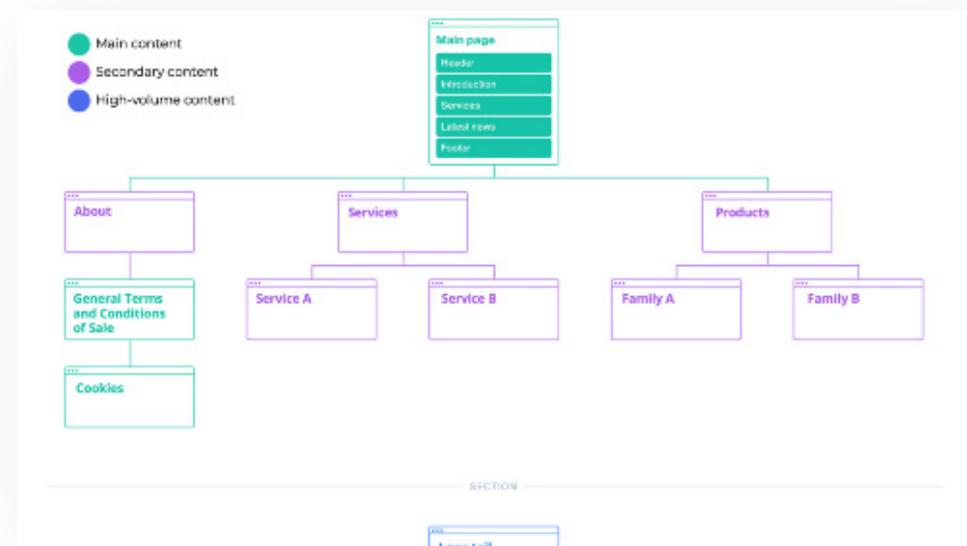
L'organisation en **3 catégories** représente la stratégie de traduction initiale qui, selon nous, est la plus efficace puisqu'elle permet de s'adapter à vos **besoins** ainsi qu'à votre **budget**. Il est vrai que les budgets de traduction peuvent être très importants, d'autant plus qu'on est tentés d'augmenter la profondeur du site internet et le volume publié pour améliorer le référencement ou s'adapter finement à chaque segment client. Et cela augmente encore plus si vous démultipliez les langues. Alors, il est possible de répartir vos dépenses de traduction dans les temps.

Une fois que vous aurez retenu cette approche à 3 niveaux, vous pourrez faire évoluer la traduction de votre site. C'est pour cela que nous vous conseillons de planifier la traduction de votre site dans la durée et pourquoi pas en étapes successives.

Les **contenus secondaires** et de "**volume**" peuvent faire l'objet d'**améliorations** à posteriori, par des révisions qui seront réalisées par des traducteurs professionnels et natifs, et qui en amélioreront la qualité.

En moyenne, la traduction d'un site web de **10 000 mots** nécessite environ **2 semaines** par langue (traduction, relecture, testing).

Plus vous anticipez la traduction de votre site web en hiérarchisant vos contenus à traduire, plus vous serez en mesure de maîtriser votre budget et délais.



Une petite astuce, aussi, lorsque vous planifiez l'arborescence : si vous créez votre site internet en utilisant un visual website planner comme **Octopus**, qui définit vos wireframes, vous pouvez construire l'arborescence de votre site et en même temps cette **hiérarchie des traductions**. Octopus permet d'utiliser des codes couleurs pour mieux visualiser quelles seront vos **pages premiums**, **secondaires** et de **volumes**. Parfait pour **anticiper l'évolution de vos traductions** !

**Faire collaborer développeurs web
et agence de traduction**

Si vous avez confié le développement de votre site à une agence digitale, elle doit bien **comprendre** comment va être traduit le site internet, et quels sont les **outils** et les **technologies** qui vont être utilisés dans ce but. S'il n'y a pas une bonne évaluation technique et une bonne coordination entre l'agence digitale et les traducteurs dès le départ, la gestion du projet de traduction se complexifie. Allongeant les délais et le budget.

Ensemble, il s'agira d'**organiser** et **coordonner la production du site et de sa traduction**. Il faudra veiller à décider ensemble de la gestion des langues dans le CMS, des extensions nécessaires et de leur réglage, des priorités pour le niveau de qualité des traductions attendues suivant les pages, et des objectifs de mise à jour futur du contenu du site et de ses traductions.

Le calendrier opérationnel inclura le suivi de la production et la coordination avec la traduction, le calage de la traduction SEO en amont de la traduction complète du site.

Travailler avec une **agence de traduction professionnelle** vous permet d'abord de **bénéficier** d'une **gestion de projet rigoureuse** tout en ayant des **interlocuteurs experts** à la fois de la traduction et des technologies de site web.

Prévoir comment va être gérée la traduction permet donc de maîtriser sa mise en œuvre ainsi que de tenir au mieux votre budget et vos **deadlines**.

Prévoir comment va être gérée la traduction permet donc de maîtriser sa mise en œuvre ainsi que de tenir au mieux votre budget et vos deadlines. En particulier si vous avez un contenu très développé, le niveau de qualité de la traduction sera différencié selon les pages.

Votre checklist

Concevoir la traduction dans la durée

Choisir la bonne stratégie de traduction

Utiliser les bons APIs, plug-ins, ...

Définir le contenu source et planifier la traduction

Connaître la culture de son marché cible

Apporter une grande attention au SEO

Ne pas sous-estimer les temps de traduction

Mettre en place une gestion de projet solide

Collaborer avec les bons traducteurs

YOUR CONTENT, ALL LANGUAGES, ALL FORMATS.

Et vous, quels sont vos projets linguistiques ?
Parlons-en !